

POSUDEK OPONENTA ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Budovanie značky Obermeyer na európskom trhu

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Hrehorová Natália

Oponent práce: Ing. Kamila Tišlerová, Ph.D.

Práce splňuje zadání	Ano	
	Ne	
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	
	Aktuální	X
	Nadčasové-neutrální	
	Neaktuální	
Náročnost tématu	Náročné teoreticky i metodologicky	
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	
	Relativně jednoduché	X
Struktura práce	Úplná, logická	X
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	
Literatura a práce s ní	Originální prameny	
	Aktuální prameny	X
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využitě, organicky zapracované	
	Využitě pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využitě	
Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)	Optimální množství	X
	Postačující množství	
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	X
	Vhodné doplnění textu	
	Formální bez užších vazeb na text	

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Vlastní přínos práce	Formulace původních závěrů	X
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

Další hodnocení:

Autorka se zabývá brand managementem. Provedené šetření však hodnotí spíše klasický marketing (produkt), než samotné vnímání značky, není zde snaha o nějaké umístění na poziční mapu, vymezení daného vnímání, atp. Autorka vychází z rozhovoru s majitelem, odkud přebírá a čerpá naprostou většinu údajů, ať už o konkurenci, nebo když například tímto výzkumných způsobem "byly odhaleny prvotní myšlenky pronikání značky Obermeyer na evropský trh". Závěry a doporučení jsou pak opět spíše z oblasti konkrétních charakteristik daného a konkurenčních produktů, než z oblasti toho, jak v očích spotřebitelů povýšit vnímání dané značky. Ačkoliv pro autorku byl hlavním zdrojem manažer z oblasti Brand managementu, práce samotná se tomuto tématu příliš nevěnuje. Některé závěry jsou lehce diskutabilní - například doporučení zvýšit povědomí o značce, některé naopak poměrně přínosné - postavit marketingovou komunikaci na příběhu zakladatele značky.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Můžete vysvětlit vaše páté doporučení? Máte namysli usilovat o snížení ceny, protože 30% respondentů ji považuje za příliš vysokou?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Uvádíte, že z konkurenčních značek je vaše značka nejlepší co do používané technologie. Jak si představujete budování značky a positioning založený na vnímání technologické vyspělosti?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Daná značka má showroom pro Slovensko vybudován v Bratislavě, zatímco pro Čechy bude v lyžařském středisku Dolní Morávka. Domníváte se, že tento krok je v souladu s úspěšným brand managementem dané značky?

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 05.08.2020

Podpis oponenta práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz